



刈谷スマートシティ
KARIYA SMART CITY

愛知県スマートシティモデル事業成果報告会

次元を超えたまちデザイン 「メタかりチャレンジ」

令和7年3月21日

メタかりチャレンジコンソーシアム

- ◆コンソーシアム設立の経緯
- ◆背景・課題認識
- ◆実証内容の検討経緯
- ◆実証実験の内容
- ◆実証結果
- ◆成果・課題・今後の展望
- ◆他市町村へのアドバイス

コンソーシアム設立の経緯

○刈谷スマートシティ研究会(令和3年7月～)

トヨタグループ	(株)アイシン (株)ジェイテクト、(株)デンソー、トヨタ車体(株)、(株)豊田自動織機、トヨタ紡織(株)
鉄道事業者	東海旅客鉄道(株)、名古屋鉄道(株)
通信事業者	NTTコミュニケーションズ(株) (旧：(株)NTTドコモ)、西日本電信電話(株)
病院	(医)豊田会 刈谷豊田総合病院
行政	愛知県、刈谷市

○刈谷市スマートシティ推進協議会(令和4年10月～)

上記研究会に加え、新たに追加された会員

通信事業者	(株)キャッチネットワーク
エネルギー事業者	東邦ガス(株)、中部電力パワーグリッド(株)
建設事業者	角文(株)
その他	中央コンサルタンツ(株)、刈谷商工会議所、フジ地中情報(株)



コンソーシアム設立の経緯

NTTコミュニケーションズ(株)
(株)ジェイテクト
「刈谷スマートウェルネスプロ
ジェクト2023」

R5
県モデル事業

西日本電信電話(株)
「AIによる危険行為検知&注
意喚起実証プロジェクト」

R4

(株)アイシン
「子どもの車内放置
検知システム」



刈谷スマートシティ
KARIYA SMART CITY

トヨタ車体(株)
「キッズガーディアン
プロジェクト」

R5

フジ地中情報(株)
「AI劣化診断を活用した漏水
調査の効率化プロジェクト」

(株)キャッチネットワーク
「「かりまるの運行状況が視える
気が利くバス停」プロジェクト」

コンソーシアム設立の経緯

◆2023年度

「刈谷放課後子育てMaaSプロジェクト」 児童対象にメタバース教室を提供

◆2024年度

対象を広げた横展開施策を検討





ビジネスマンが多い

飲み屋街

刈谷市のにぎわい

新たな「にぎわい」を
獲得したい！！！！

新たなにぎわい獲得には**若者世代（＝デジタルネイティブ）**への**訴求**がキー



デジタル施策として仮想空間の活用を検討

若者世代の情報拡散力により**“バズる”取組**にしたい！



若者世代と一緒に「**にぎわう楽しい仮想空間の刈谷市**」を創りたい
仮想空間の体験が**実際の刈谷市のにぎわいにつながるのか**検証したい

事業概要

- ◆学生（市内高校生・大学生）／若手社会人向けにワークショップを2回開催
⇒**仮想空間内での刈谷市散策**を通して、**刈谷市のまちづくり**に触れてもらう
⇒**仮想空間内の刈谷市でやりたいこと**について意見交換
- ◆仮想空間の一般公開を実施

	名称	役割
 刈谷市 Kariya City	刈谷市 企画政策課	全体調整 ワークショップ開催
	株式会社アイシン	仮想空間の開発・提供

実証実験の内容

	日程	参加者	参加者数
プレイベント	R6.9.27(金)	若手社会人 (アイシン学園生)	117名
第1回ワークショップ	R6.10.21(月)	市内高校生・大学生・若手社会人	35名
第2回ワークショップ	R6.12.19(木)	市内高校生・若手社会人	22名
一般公開	R7.2.24(月)～R7.3.7(金)	どなたでも可	1174回 ※アクセス数



実証実験の内容 (プレイベント・第1回ワークショップの様子)



- ・ 仮想空間に慣れながら刈谷駅周辺散策を楽しんでいただいた。

実証実験の内容 (プレイベント・第1回ワークショップの様子)



実証実験の内容 (プレイベント・第1回ワークショップの様子)



刈谷市のまちづくりについて学ぶ様子



グループワークで仲を深めた

実証実験の内容 (プレイベント・第1回ワークショップの様子)

Q.仮想空間の刈谷市でどんなことをしてみたいですか？

買い物をしてみたい

採用

乗車体験をしたい

採用

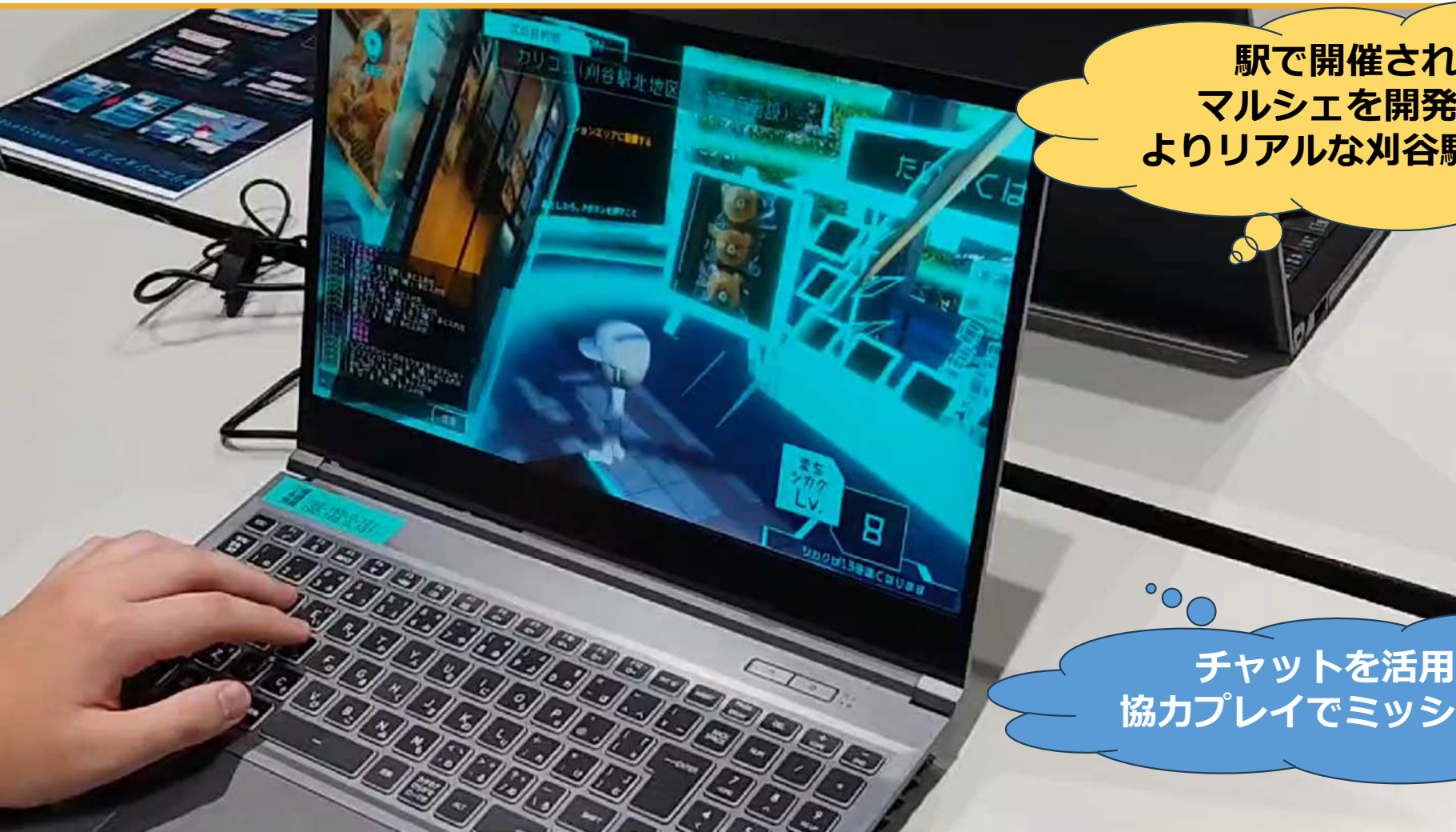
自由にまちを創りたい

夜間の体験をしたい

チャットで色々な人と
交流したい

採用

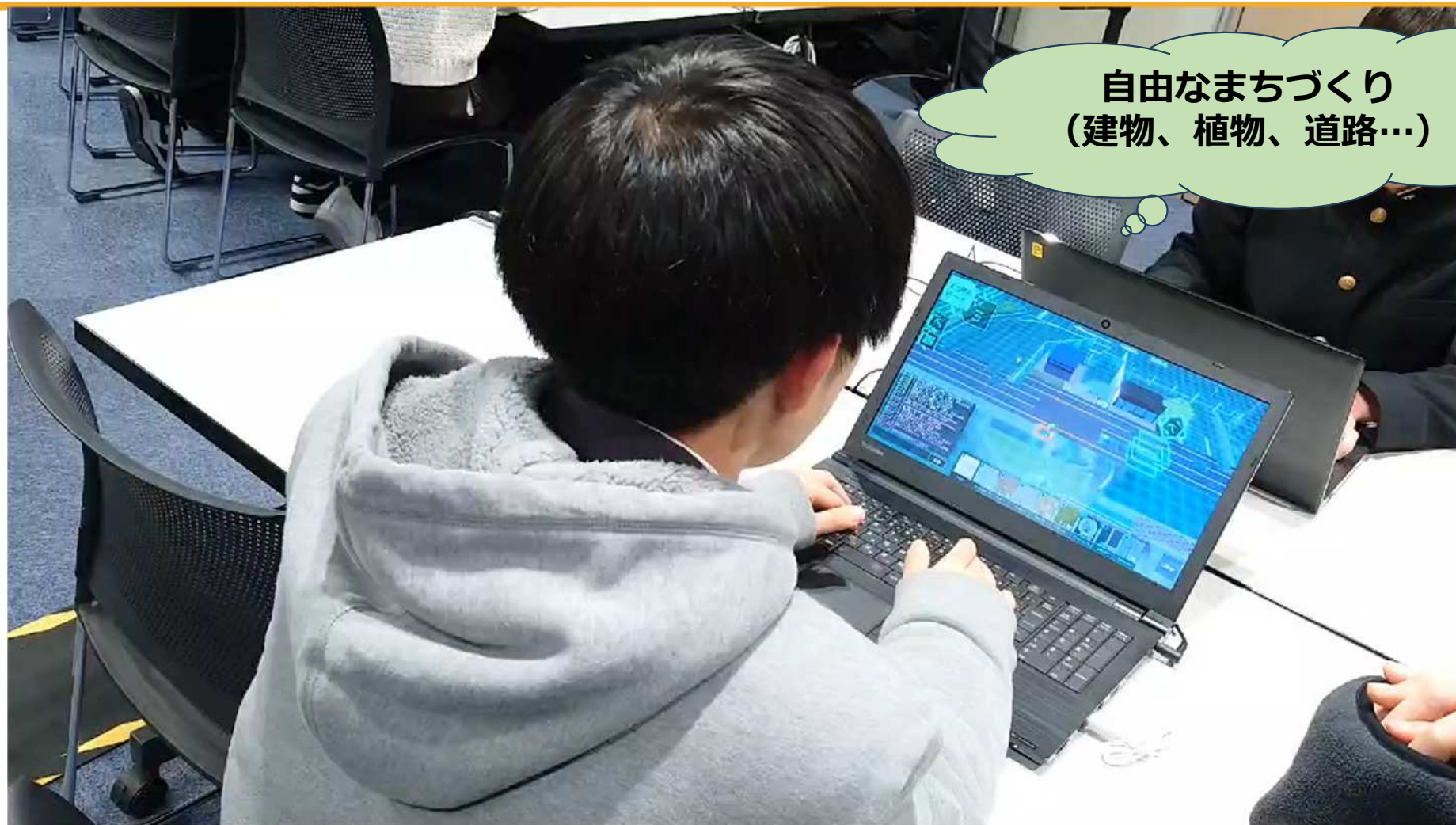
実証実験の内容(第2回ワークショップの様子)



駅で開催される
マルシェを開発し、
よりリアルな刈谷駅を再現

チャットを活用して
協力プレイでミッション達成

実証実験の内容(第2回ワークショップの様子)



自由なまちづくり
(建物、植物、道路...)

実証実験の内容(第2回ワークショップの様子)



チームで話し合いながら
オリジナルの刈谷市を創りました

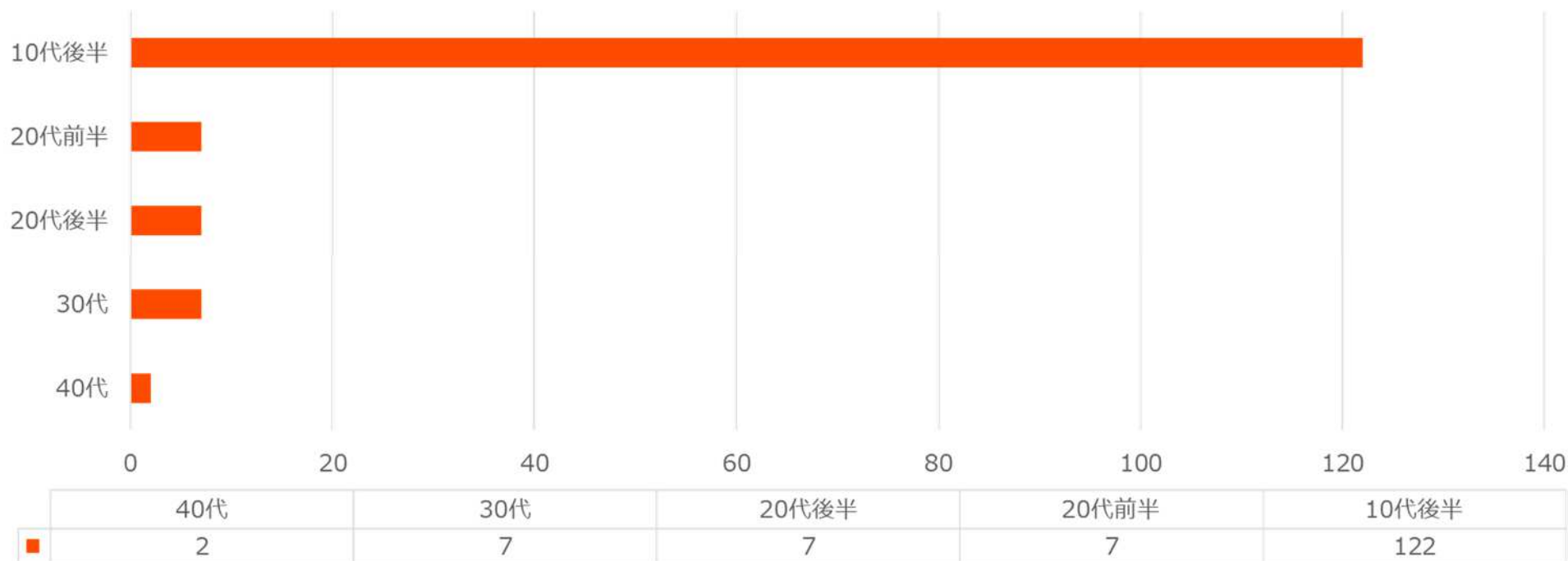
緑を増やした

川をメインとする
まちにした



実証結果(参加者属性)

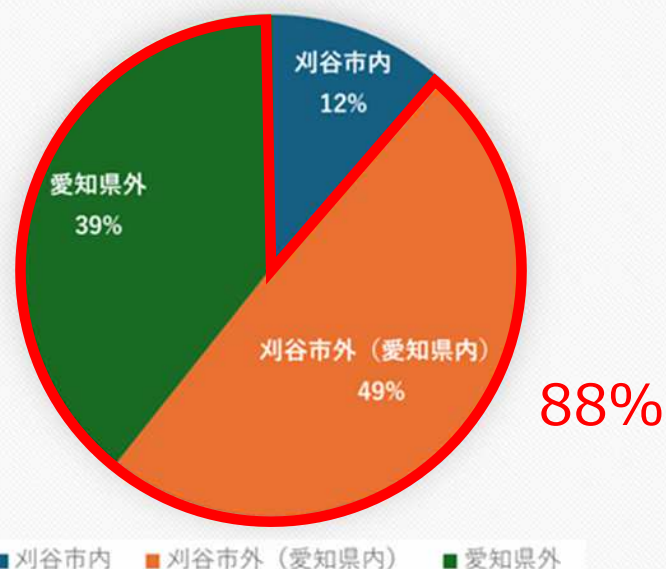
プレイベント・ワークショップ参加者属性(年代)



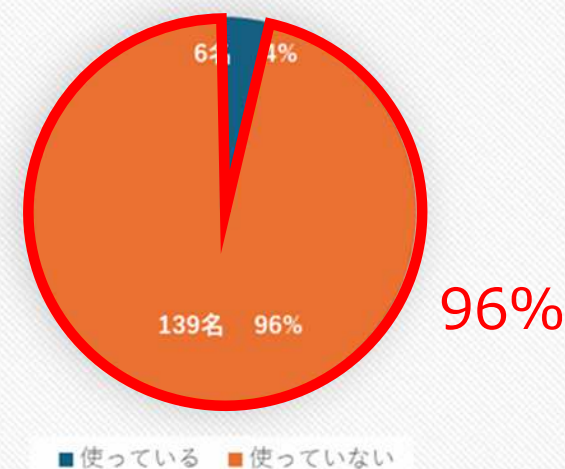
- ・ターゲット層へのアプローチを適切に実施することができた

実証結果(参加者属性)

プレイベント・ワークショップ参加者属性（住まい）



普段から仮想空間を使っていますか
（VRゲーム、VRChatなど）

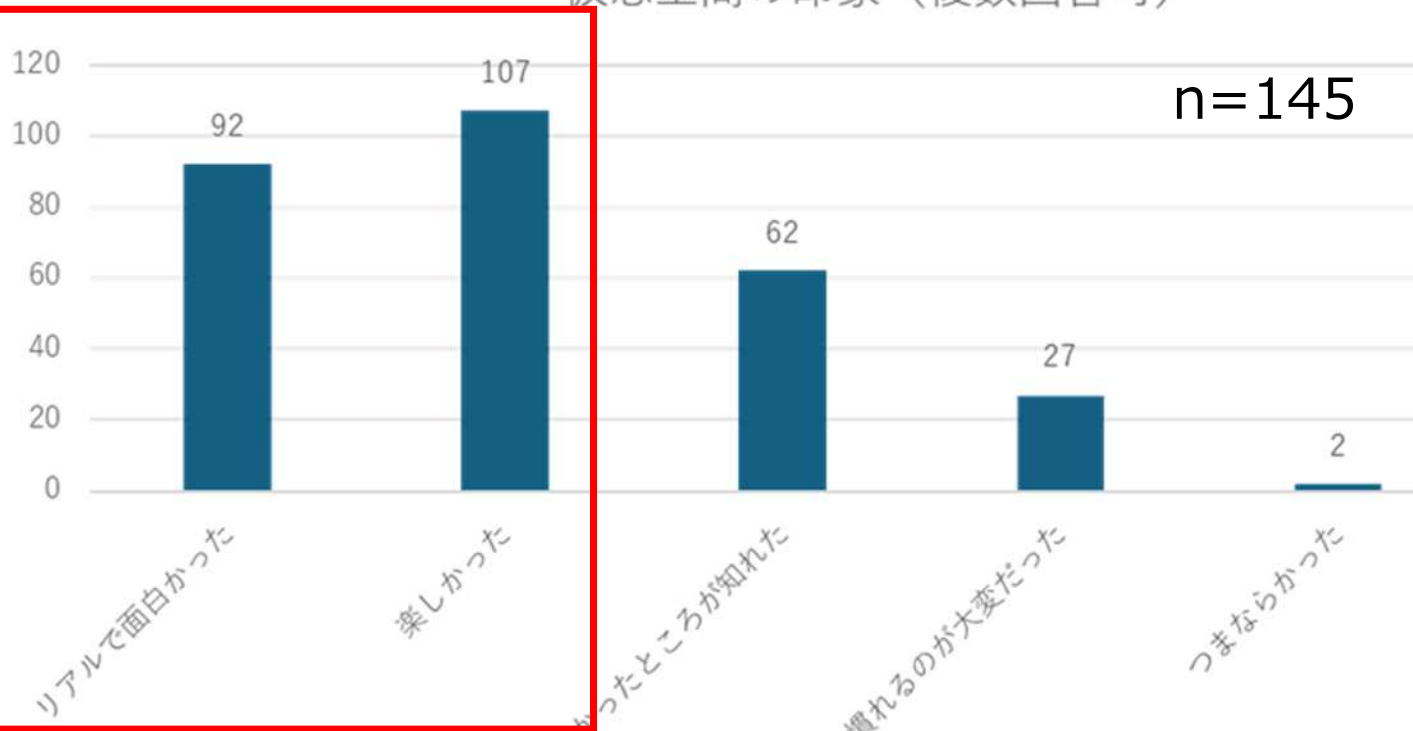


刈谷市外在住の方が9割弱、またほとんどの方が仮想空間初心者であり、仮想空間を入口に刈谷市を知っていただく良いきっかけづくりとなった。

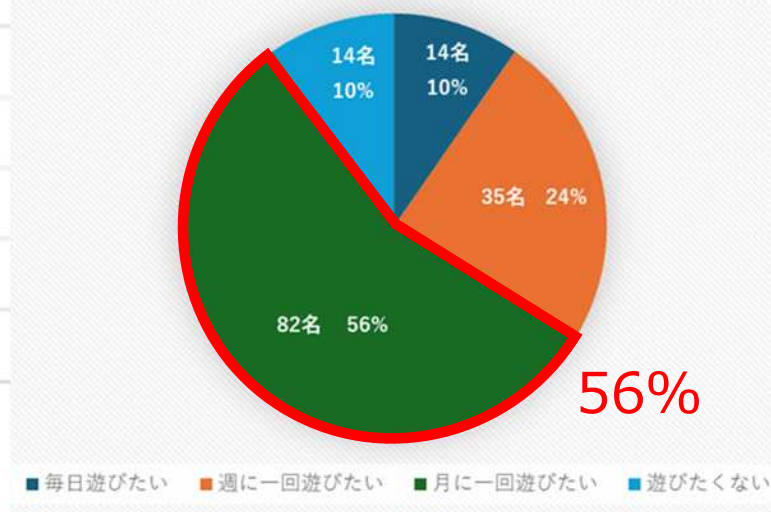
実証結果(仮想空間の印象)

仮想空間の印象 (複数回答可)

n=145



仮想空間で今後も遊びたいか



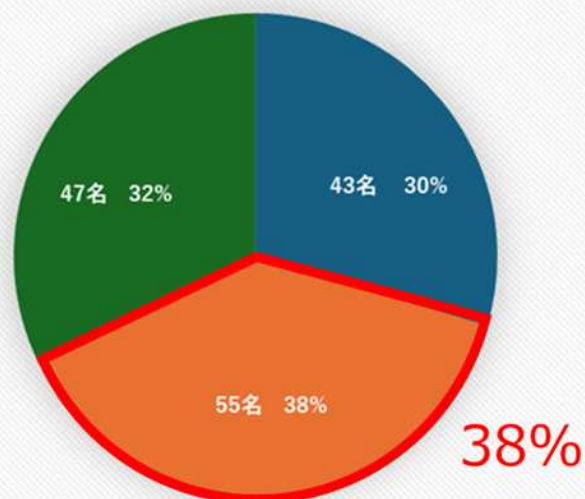
- ・若者世代にとって親しみやすいツールであるものの、仮想空間で遊びたい頻度は「月に一度」が最多

実証結果(心象変化・行動変容)

【心象変化】

第1回ワークショップ後

実際の刈谷駅周辺に行きたくなったか

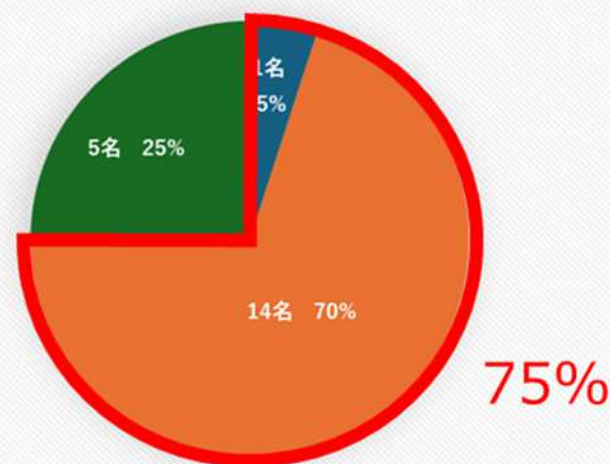


■ もともとよく行く ■ 行きたくなった ■ あまり変わらない

- ・ 参加者の38%「行きたくなった」

第2回ワークショップにて

前回のワークショップをきっかけに
刈谷駅を意識して見るようになったか



■ よく見るようになった ■ 少し見るようになった ■ あまり変わらない

- ・ 参加者の75%
「意識して見るようになった」

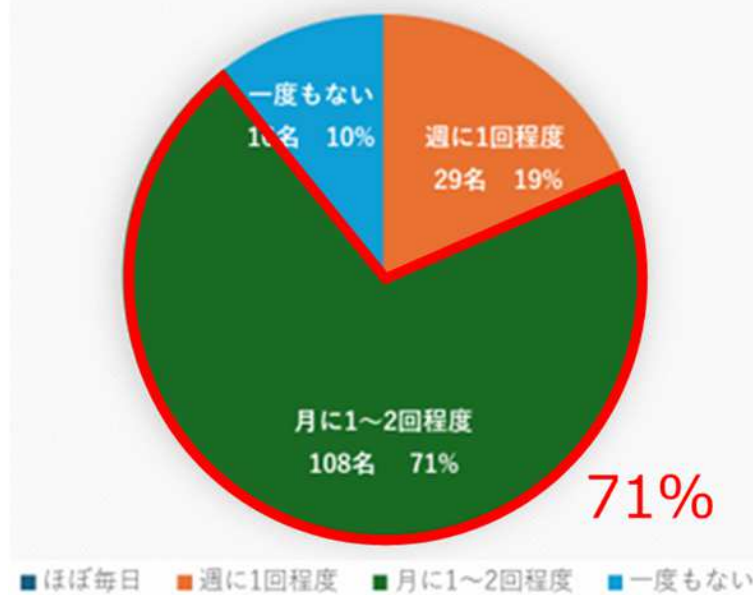
⇒心象変化に一定の効果

実証結果(心象変化・行動変容)

【行動変容】

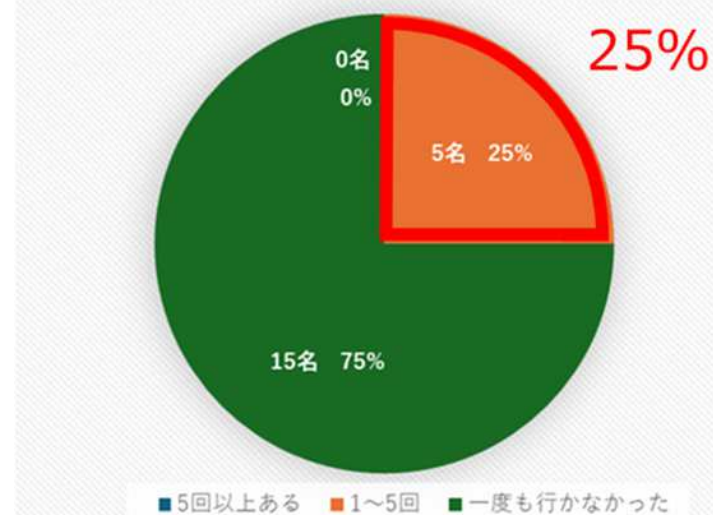
第1回ワークショップ

刈谷駅周辺に遊びに行く頻度



第2回ワークショップ

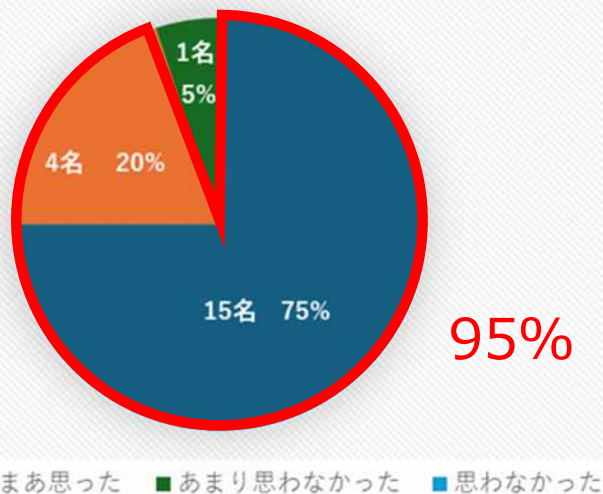
前回のワークショップをきっかけに
刈谷駅周辺に実際に足を運んだ回数



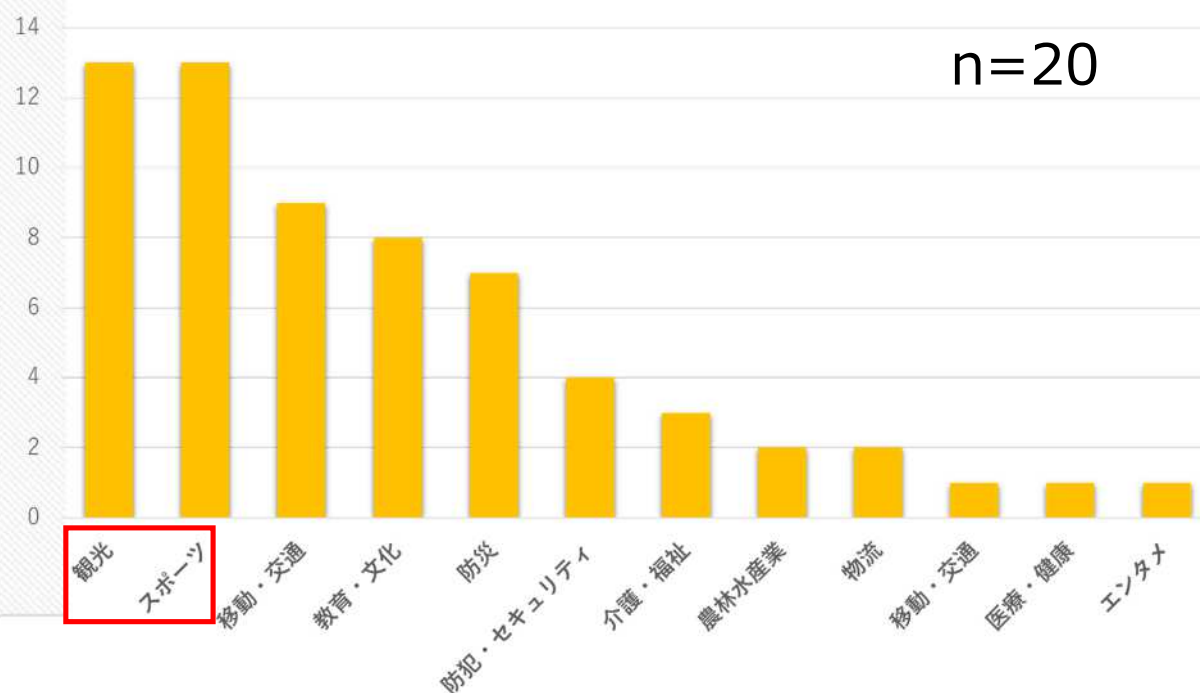
- ・ 刈谷駅周辺に遊びに行く頻度 「月に1~2回程度」が7割
- ・ 「実際に行った」25%にとどまる⇒より行動変容につながる工夫が必要

実証結果(テーマ設定)

仮想空間はまちづくりに活用できるツールだと思いましたが



仮想空間を活用できると思う分野



n=20

- ・まちづくりをテーマとする活用有効性を参加者の95%が認めた
- ・ほか、観光やスポーツ分野など多岐にわたる活用可能性を有することが分かる

実証結果(広報活動)



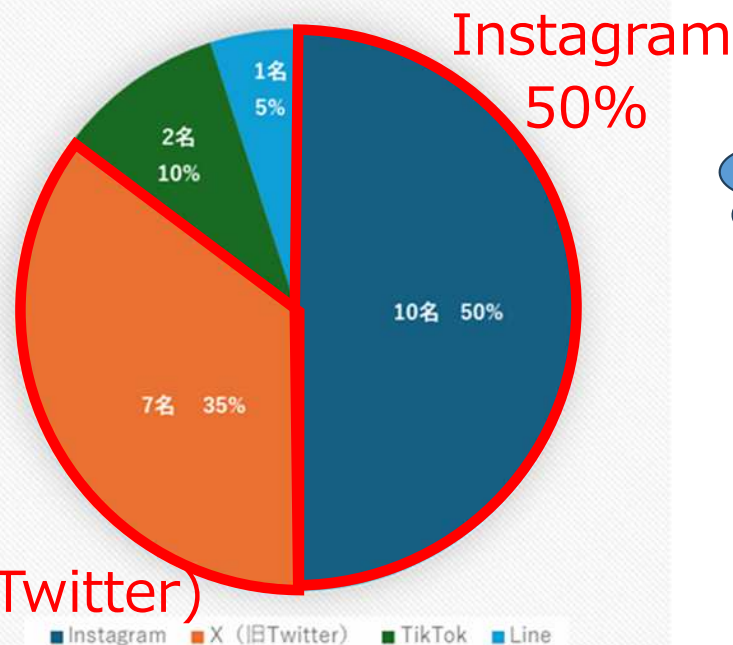
➡各種チラシを作成し広報



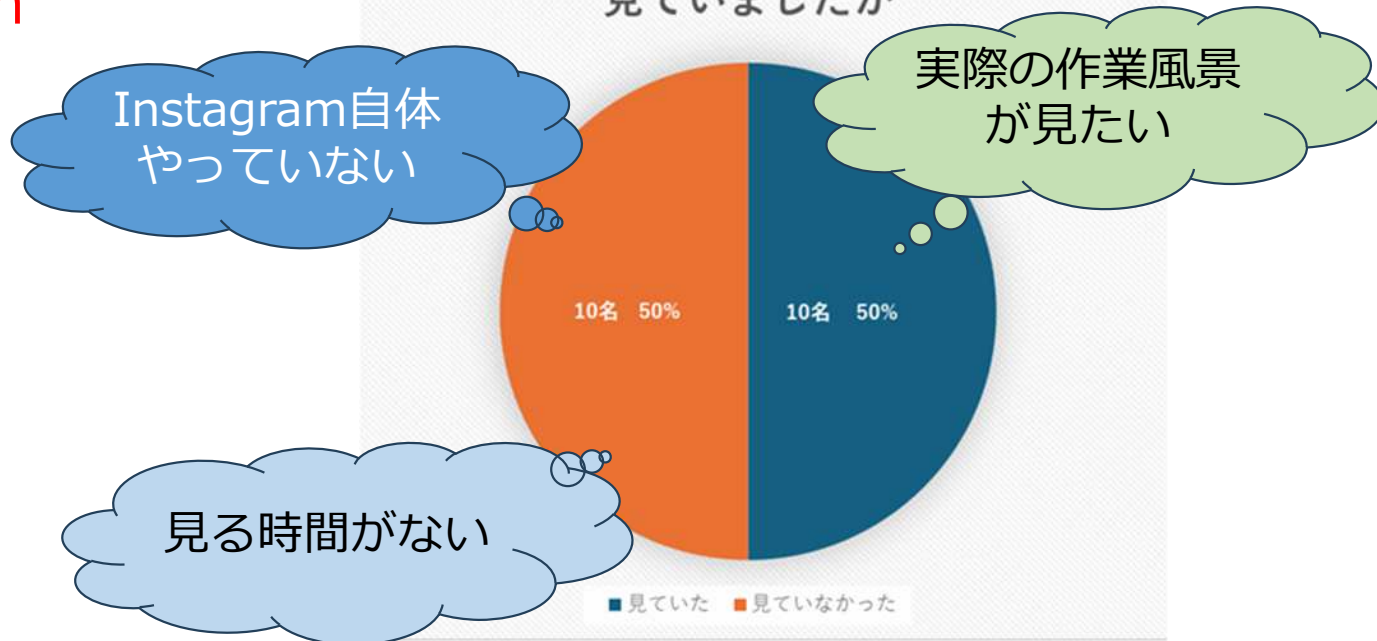
- 公式Instagram (メタかりチャレンジアカウント) を開設
 - 2/27時点でフォロワー数67、投稿総閲覧数3851 (投稿数14)
- ⇒閲覧数は一定数あるものの、**フォロワーにつながらない。**
ユーザーが欲しい情報を適切に発信し、認知度を高め、
より多くの方が入りやすい空間にする工夫が必要。

実証結果(広報活動)

普段どのSNSをよく利用しますか



「メタかりチャレンジ」公式Instagramを見ていましたか

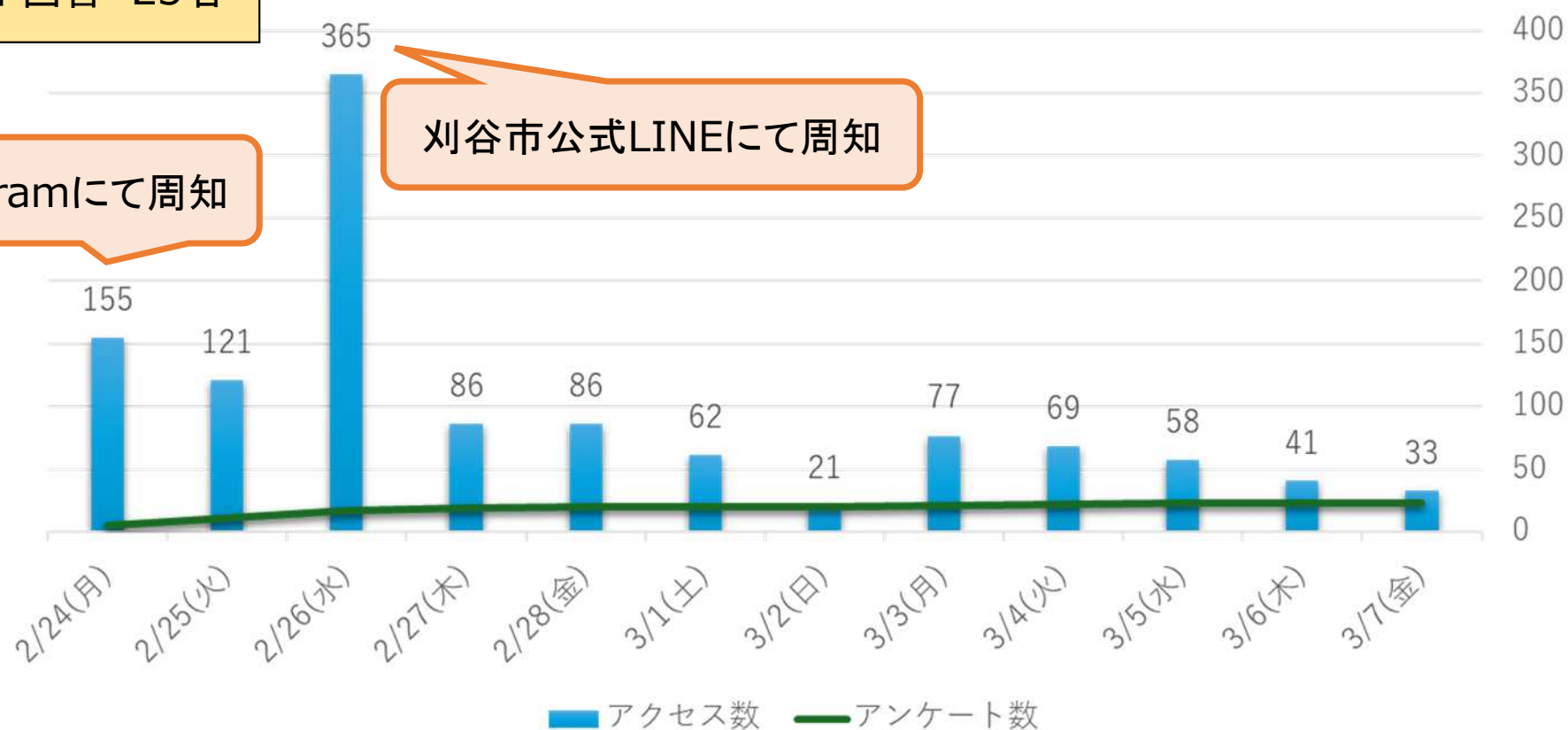


- ・ Instagram以外の媒体 (X (旧Twitter) など) の活用
- ・ インフルエンサーなど情報拡散力を持つ媒体の活用 の検討

実証結果(一般公開)

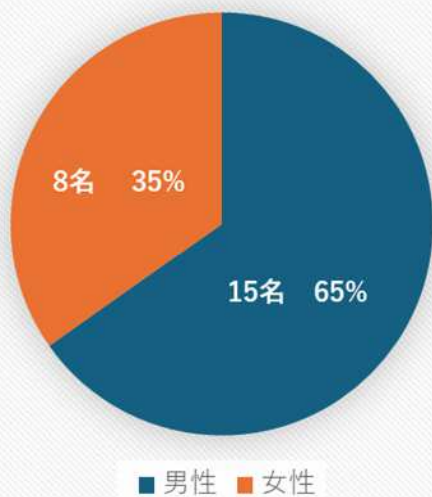
アクセス数 1174回
アンケート回答 23名

アクセス数・アンケート数

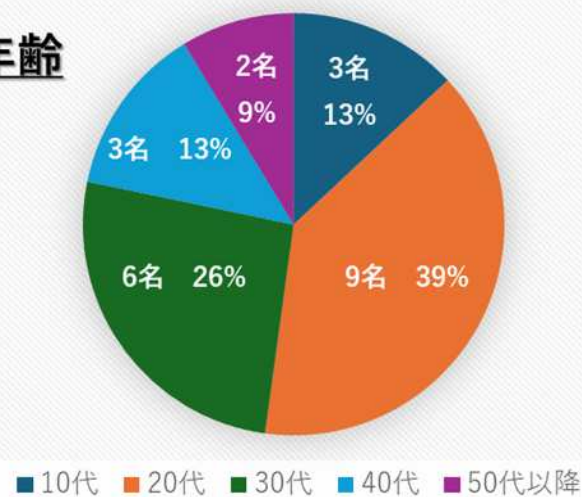


実証結果(一般公開)

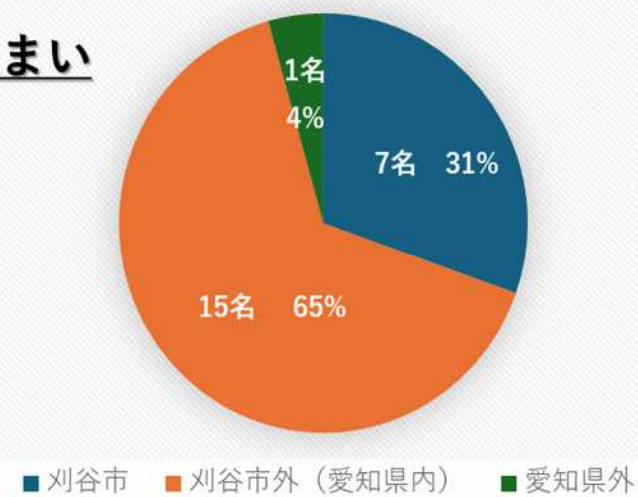
性別



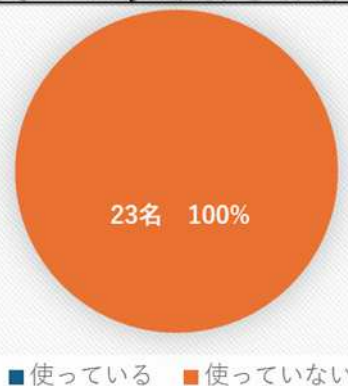
年齢



住まい



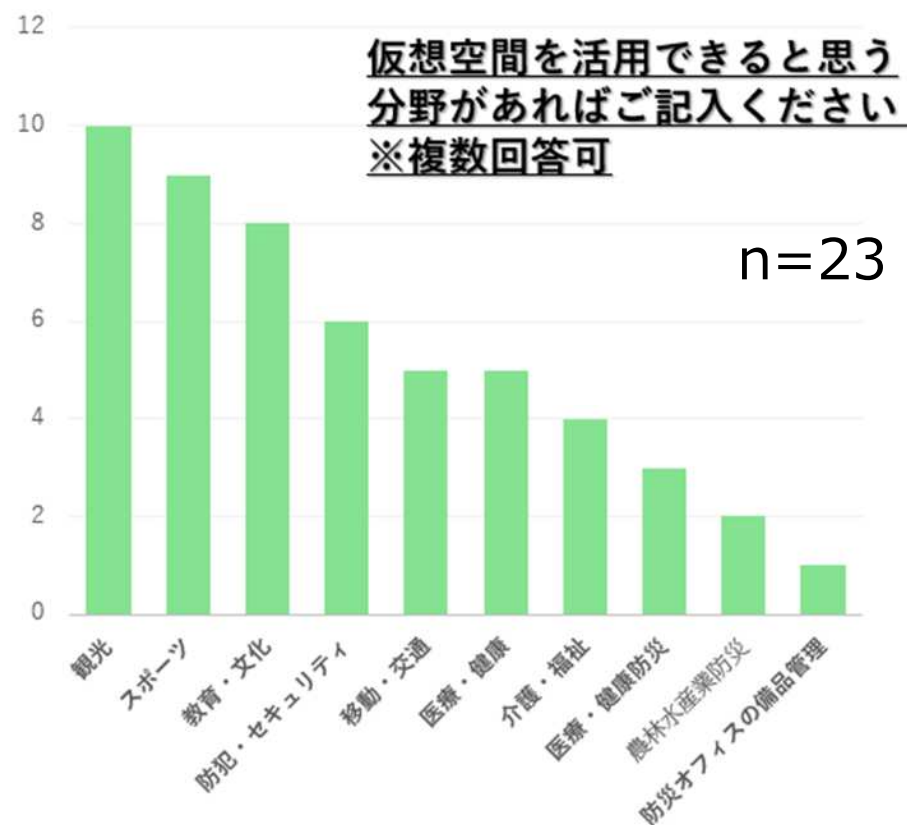
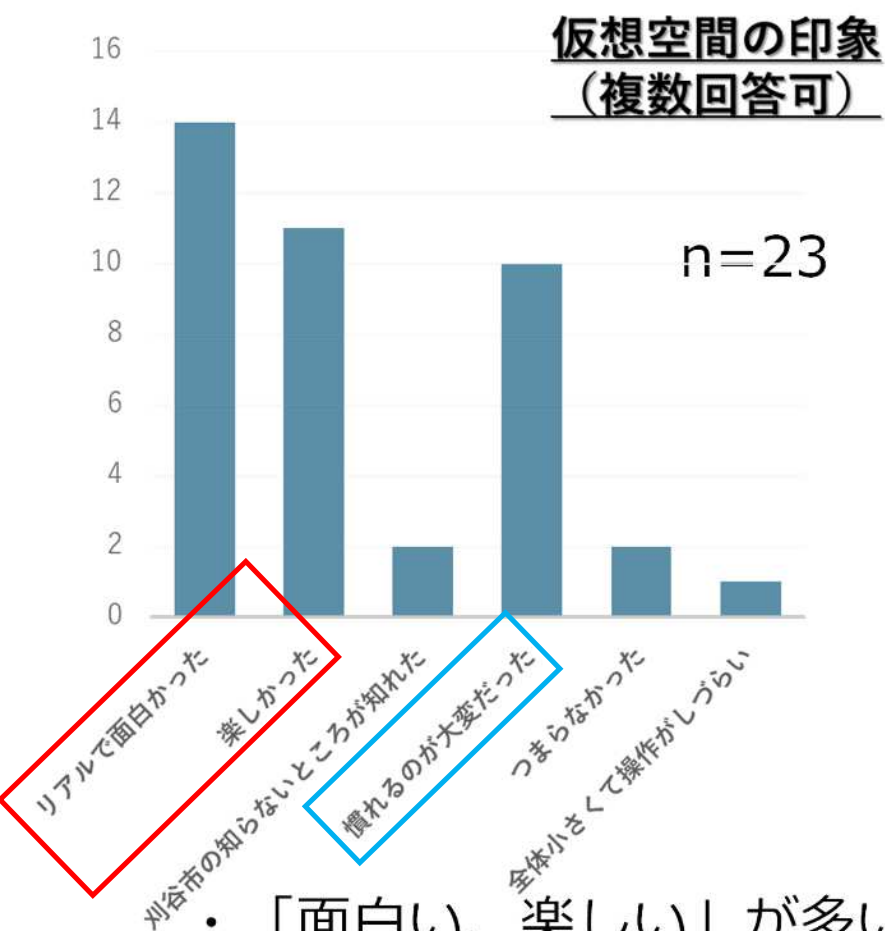
普段から仮想空間を使っていますか
(VRゲーム、VRChatなど)



※データソースはアンケート回答者23名

- ・ 10代と20代が過半数を占めたものの、幅広い年代に興味を持っていただけた
- ・ 参加者全員が仮想空間未経験者であった

実証結果(一般公開)



- ・「面白い、楽しい」が多い一方で「慣れるのが大変」との声も同程度あり。
- ・「観光、スポーツ、教育・文化」分野への活用可能性を持たれた方が多い。

本実証の成果・課題

成果

- ・ 仮想空間は若者世代にとって「楽しい」「リアルで面白い」ツール
- ・ 仮想空間の体験を経て、「実際に行きたくなった」38%
「実際にいった」25% ➡ 心象変化・行動変容に一定の効果
- ・ まちづくりをテーマとする活用有効性を参加者の95%が回答
- ・ 実証のプレスリリースが27の媒体に転載 ➡ 取組に対する世間の一定の興味関心

仮想空間は若者世代にとって親しみやすいツールであり、
実際の刈谷市のにぎわいにつながる一定の効果をもたらした

課題

- ・ 仮想空間で遊びたい頻度は「月に一度」が最多 ➡ 利用頻度に対する課題の分析
- ・ Instagramフォロワー数の伸び悩み
➡ 認知度を高め、より多くの方に親しんでもらえるような工夫
- ・ 一般公開サイトの操作性

今後の展望

広報活動

- ・ Instagram以外の媒体（X（旧Twitter）など）の活用
- ・ インフルエンサーなど情報拡散力を持つ媒体の活用



ユーザーが見たい
効果的な情報発信

ターゲット

- ・ 若者世代に絞ることなく、仮想空間に興味を持つ全世代に向けて広く発信

テーマ

- ・ 観光やスポーツなど、他分野においても仮想空間を活用可能性を検討

ニーズ

- ・ 買い物機能などユーザーのニーズを反映したより使い勝手のいい空間の検討

上記改善点をはじめ、様々な検討を試みながら、
実際のにぎわいに変化を生むことのできる施策を引き続き検証していく

他市町村へのアドバイス

- ・ 適切なセグメンテーションと広報活動の難しさと重要性
- ・ 人によって親和性に違いの出やすい分野（仮想空間など）でのチャレンジの面白さ
⇒ 様々な分野に積極的にチャレンジし、自治体施策として取り入れていく必要性

仮想空間を活用した施策を連携して行いませんか？



ご清聴
ありがとうございました。

